

**PENGARUH *SOCIAL CAPITAL* TERHADAP PEMANFAATAN SOSIAL
MEDIA UNTUK *KNOWLEDGE SHARING* PADA GENERASI Z**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

FEBY FITRIANI SUDARSONO

H76216057

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2020

**PENGARUH *SOCIAL CAPITAL* TERHADAP PEMANFAATAN SOSIAL
MEDIA UNTUK *KNOWLEDGE SHARING* PADA GENERASI Z**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom) pada program studi Sistem Informasi



Disusun Oleh :

**FEBY FITRIANI SUDARSONO
H76216057**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2020**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Feby Fitriani Sudarsono
NIM : H76216057
Program Studi : Sistem Informasi
Angkatan : 2016

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiasi dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: "PENGARUH *SOCIAL CAPITAL* TERHADAP PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA UNTUK *KNOWLEDGE SHARING* PADA GENERASI Z", apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 30 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Feby Fitriani Sudarsono
NIM. H76216057

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh

NAMA : FEBY FITRIANI SUDARSONO

NIM : H76216057

JUDUL : PENGARUH *SOCIAL CAPITAL* TERHADAP
PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA UNTUK *KNOWLEDGE*
SHARING PADA GENERASI Z

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 23 Juni 2020

Dosen Pembimbing I



Nita Yalina, S.Kom., M.MT

NIP: 198702082014032003

Dosen Pembimbing II



Indri Sudanawati Rozas, M. Kom

NIP: 198207212014032001

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Feby Fitriani Sudarsono ini telah dipertahankan
di depan tim penguji skripsi
di Surabaya, 3 Juli 2020

Mengesahkan,
Dewan Penguji

Penguji I



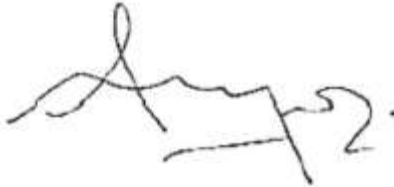
Nita Yalina, S.Kom., M.MT
NIP: 198702082014032003

Penguji II



Indri Sudanawati Rozas, M. Kom
NIP: 198207212014032001

Penguji III



Yusuf Amrozi, M.MT
NIP: 197607032008011014

Penguji IV



Noor Wahyudi, M.Kom
NIP: 197901292014031002

Mengetahui,
Plt. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Ampel Surabaya




Dr. Evi Fatimatur Rusydiyah, M.Ag.
NIP: 197312272005012003

MOTTO

“Tidak ada yang salah jika memiliki mimpi yang besar, kita hanya perlu do’a dan usaha yang lebih untuk membuat mimpi itu terwujud”

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri (Ar-Ra’d ayat 11)”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas ridho dan hidayahnya serta Sholawat serta salam kepada Rasulullah SAW , sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Social Capital* Terhadap Pemanfaatan Sosial Media untuk *Knowledge Sharing* pada Generasi Z”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat pada pendidikan jenjang Strata Satu pada Program Studi Sistem Informasi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini atas bimbingan juga arahan dari berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka penulis ingin berterima kasih kepada :

- 1.Allah SWT, karena dengan ridhoNya sehingga dapat membantu dan mempermudah semua urusan dalam pengerjaan skripsi ini.
- 2.Kedua Orang Tua, karena do'a dan ridhonya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
- 3.Almarhumah Ibu Dr. Eni Purwati, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- 4.Bapak Muhammad Andik Izzudin, MT, selaku Kaprodi Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- 5.Ibu Nita Yalina, S.Kom, M.MT dan Ibu Indri Sudanawati Rozas, M.Kom selaku dosen pembimbing dalam membimbing dan mengarahkan dalam pengerjaan dan penyelesaian skripsi ini.
- 6.Bapak Faris Muslihul Amin, M.Kom selaku Dosen Wali atas semua bimbingan dan semua bantuannya.
- 7.Teman-teman yang selalu menemani, dan senantiasa memberikan dukungannya.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran membangun sangat penulis harapkan, guna memperbaiki kesalahan dan kekurangan yang ada.

Surabaya, 20 Juni 2020

Penulis



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FEBY FITRIANI SUDARSONO
NIM : H76216057
Fakultas/Jurusan : SAINS DAN TEKNOLOGI / SISTEM INFORMASI
E-mail address : febyfitriani0302@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH SOCIAL CAPITAL TERHADAP PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA

UNTUK KNOWLEDGE SHARING PADA GENERASI Z

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2020

Penulis

(FEBY FITRIANI SUDARSONO)

ABSTRAK

PENGARUH *SOCIAL CAPITAL* TERHADAP PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA UNTUK *KNOWLEDGE SHARING* PADA GENERASI Z

Oleh :

Feby Fitriani Sudarsono

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 1995-2010 yang kesehariannya melekat pada *gadget*, dan lebih mendominasi melakukan komunikasi menggunakan sosial media. Komunikasi yang dilakukan dengan tujuan untuk berbaginya informasi atau lebih dikenal dengan sebutan *knowledge sharing*. *Knowledge sharing* dianggap penting dikarenakan dengan adanya informasi yang dibagikan akan memudahkan untuk proses pencapaian tujuan. Menurut ahli bukan hanya teknologi yang menjadi satu-satunya hal yang perlu diperhatikan terhadap efektifitas *knowledge sharing*, melainkan faktor individu seperti *social capital* ini juga penting untuk dipertimbangkan. Namun baik di negara maju ataupun berkembang seperti Indonesia pemanfaatan dari sosial media dengan pengaruh *social capital* masih bersifat dugaan, dan masih membutuhkan penelitian lebih lanjut untuk diimplementasi dan pemahaman yang lebih baik juga efektif. Tujuan penelitian ini membuktikan apakah ada hubungan antara *social capital* dengan proses *knowledge sharing* melalui sosial media. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengambilan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dengan teknik *simple random sampling*. Proses analisis penelitian ini menggunakan bantuan *SmartPLS*. Sebanyak 363 responden telah mengisi kuisioner dan mendapatkan hasil *trend* sosial media yang lebih cenderung digunakan untuk *knowledge sharing* bagi generasi Z yaitu *Whatsapps*, *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, dan *Line*. Temuan lainnya menyatakan bahwa *social capital* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *knowledge sharing* melalui sosial media. Dengan hasil penelitian yang didapatkan akan memudahkan proses pengambilan kebijakan terkait topik ini.

Kata kunci— *knowledge sharing, social capital, sosial media, generasi Z, kuantitatif.*

ABSTRACT

THE EFFECT OF SOCIAL CAPITAL ON THE UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA FOR KNOWLEDGE SHARING IN GENERATIONS

By :

Feby Fitriani Sudarsono

Generation Z is a generation that was born in the 1995-2010 range, whose daily life is attached to gadgets and dominates communication using social media. Communication is carried out with the aim of sharing information or better known as knowledge sharing. Knowledge sharing is considered important because the information shared will make it easier for the process of achieving goals. According to the expert, not only technology is the only thing to consider about the effectiveness of knowledge sharing, but individual factors such as social capital are also important to consider. However, both in developed and developing countries such as Indonesia, the use of social media with the influence of social capital is still suspected, and still requires further research to be implemented and better understanding is also effective. The purpose of this study is to prove whether there is a relationship between social capital and the process of knowledge sharing through social media. The method used in this study is a quantitative method with data collection by distributing questionnaires with simple random sampling technique. The process of analyzing this research uses the assistance of SmartPLS. A total of 363 respondents have filled out the questionnaire and obtained the results of social media trends that are more likely to be used for knowledge sharing for Generation Z, namely Whatssapps, Instagram, Youtube, Facebook, and Line. Other findings state that social capital has a significant influence on knowledge sharing through social media. With the research results obtained, it will facilitate the policy making process related to this topic.

Keywords - *knowledge sharing, social capital, social media, generation Z, quantitative.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
a. Kontribusi Teoritis:	4
b. Kontribusi Praktis:	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Dasar Teori	9
a. Sosial Media.....	9
b. Pengetahuan (<i>Knowledge</i>).....	10
c. <i>Knowledge Management</i>	11
d. <i>Knowledge Sharing</i>	12
e. <i>Social Capital</i>	12
f. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	14
g. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	16
h. Metode Kuantitatif.....	19
i. Uji Validitas	20
j. Uji Reliabilitas	22

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Indikator Reflektif.....	20
Gambar 2.2 Model Indikator Formatif.....	22
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	26
Gambar 3.2 Tabel Issac & Michael.....	30
Gambar 3.3 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Kuisisioner <i>Google Form</i>	37
Gambar 4.2 Olah Data <i>Microsoft Excel</i>	38
Gambar 4.3 Hasil Pengolahan Data	38
Gambar 4.4 Model Uji <i>PLS Algorithm</i>	39
Gambar 4.5 Diagram Pemakaian Sosial Media	41
Gambar 4.6 Hasil Perhitungan Algoritma PLS.....	42
Gambar 4.7 Perhitungan <i>Bootstrapping</i>	44
Gambar 4.8 Efek Tidak Langsung Spesifik	45
Gambar 4.9 Diagram Batang <i>Effect Size</i>	46
Gambar 4.10 Grafik Histogram <i>Social Capital</i> terhadap Sosial Media.....	49
Gambar 4.11 Grafik Histogram Sosial Media terhadap <i>Knowledge Sharing</i>	50
Gambar 4.12 Grafik Histogram <i>Social Capital</i> terhadap <i>Knowledge Sharing</i>	51
Gambar 4.13 Diagram Pemakaian Sosial Media	51
Gambar 4.14 Hubungan <i>Social Capital</i> dengan Sosial Media.....	52
Gambar 4.15 Nilai <i>Weight Social Capital</i>	53

Knowledge sharing dalam *knowledge management* dianggap penting karena dengan *knowledge sharing* akan membantu proses *individual innovation capability* yang berlangsung dalam organisasi, disebabkan pengetahuan yang memiliki sifat *tacit knowledge* ataupun *explicit knowledge* yang akan dapat disebarkan untuk dikembangkan ataupun diimplementasikan yang melalui *knowledge sharing*. Menurut (Assegaff, 2017) *knowledge sharing* merupakan berbagainya informasi, *expertise*, saran, dan ide-ide yang dilakukan antar individu atau kelompok dalam organisasi. Dalam proses *knowledge sharing* terkadang terjadinya kendala ketika adanya jarak. Namun di era yang serba teknologi ini, dengan adanya sosial media akan memudahkan proses *knowledge sharing*.

Sama halnya dengan organisasi, dalam pendidikan, sosial media ikut berperan dalam pertumbuhan pembelajaran yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial, partisipasi aktif dan komunikasi juga diskusi secara *online*. Oleh karena itu dalam penggunaan sosial media juga berguna sebagai alat untuk peningkatan jaringan dan sebagai alat atau media pengumpulan informasi. Berdasarkan hasil penelitian yang

dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilakukan pada tahun 2018 terdapat data sebanyak 171,17 juta masyarakat pengguna internet dalam Indonesia atau sebanyak 91% pengguna internet, terindikasi pengguna internet aktif untuk sosial media dan cenderung terjadi pada usia 15 – 19 tahun, dalam rentang usia tersebut tergolong generasi Z. Pengertian dari generasi Z merupakan generasi yang lahir pada era digital pada rentang tahun 1995 – 2010 yang memiliki sikap, pendapat, dan perilaku dari konsumen (Cakranegara & Susilowati, 2017). Dapat juga disebut sebagai *iGeneration* yang memiliki arti sebagai generasi internet atau generasi net. Sosial media yang digunakan sebagai alat pembelajaran itu sangat membantu dan menjanjikan karena dengan sosial media dapat mendorong proses pembelajaran dan memperkuat juga melengkapi apa yang diajarkan di ruang kelas.

Namun baik di negara maju ataupun berkembang seperti Indonesia pemanfaatan dari sosial media pada dunia pendidikan dengan pengaruh *social capital* masih bersifat dugaan, dan masih membutuhkan penelitian lebih lanjut untuk implementasi dan pemahaman yang lebih baik juga efektif. Jika pengaruh *social capital* dalam penggunaan sosial media sebagian besar untuk peningkatan jaringan dan pengumpulan informasi, maka *knowledge sharing* menjadi salah satu keuntungan utama dari pengguna sosial media. Sosial media dapat memungkinkan dalam pengaruh *social capital* dalam penggunaan sosial media akan berhubungan positif dengan *knowledge sharing*. Agar asumsi tersebut bukan hanya dugaan semata, maka dilakukannya penelitian dengan judul **“Pengaruh Social Capital**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana *trend* penggunaan sosial media untuk keperluan *knowledge sharing* pada generasi Z?
2. Apakah *social capital* berpengaruh terhadap *knowledge sharing* melalui sosial media ?

Agar penelitian terfokuskan dan tepat pada sasaran, maka dibuatlah batasan masalah sebagai berikut:

- ## 1.4 Tujuan Penelitian

1. Agar dapat mengetahui *trend* sosial media yang lebih sering digunakan oleh generasi Z.
2. Agar dapat mengetahui pengaruh *social capital* terhadap *knowledge sharing* melalui sosial media.

Manfaat dari penelitian ini dibagi berdasarkan kontribusi teoritis dan kontribusi praktis yaitu:

[illegible]

Sehingga akan dapat membantu dalam proses penelitian dengan topik yang setipe atau penelitian dengan variabel yang sama.

b. Kontribusi Praktis:

Untuk mengetahui pengaruh *social capital* dalam *knowledge sharing* melalui sosial media sehingga dalam pembuatan kebijakan pemahaman sikap terhadap penggunaan sosial media dalam *knowledge sharing*, sehingga dapat mengimplementasikan *knowledge sharing* yang baik. Sehingga akan memudahkan dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan sosial media terhadap *knowledge sharing* dengan adanya pengaruh *social capital*.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada sistematika penulisan dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menyampaikan tentang latar belakang yang menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini, kemudian ada pula subbab rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan juga manfaat yang akan dijelaskan dalam bab ini.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 ini berisikan tentang penelitian terdahulu yang menjadi dasar penguat dan inspirasi dalam penelitian ini, terdapat subbab dasar teori dan integrasi keilmuan.

c. BAB III METODOLOGI

Bab 3 ini akan menjelaskan tentang tahapan dan langkah dalam pengerjaan dan penyelesaian penelitian ini.

d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini menguraikan dan menjelaskan dari hasil dan pembahasan dari penelitian.

e. BAB V PENUTUP

Bab 5 ini terdapat kesimpulan yang menjabarkan kesimpulan penelitian ini dan juga saran pengembangan penelitian selanjutnya.

	Olugboyega M. Salami ² (2018)	<i>sampling</i> sebagai pengambilan sampelnya.	menggunakan media sosial untuk KS
2	Peran <i>Social Capital</i> Dalam Memediasi Pengaruh Sosial Media Terhadap <i>Knowledge Transfer</i> dan <i>Work Performance</i> (Studi Kasus Pada Perusahaan Umum Bulog) Dedy Rahman, Yanki Hartijasti (2017)	Pengambilan sampel dengan teknik <i>non probability sampling</i> dengan metode kuantitatif menggunakan instrumen kuisioner. Analisis data menggunakan <i>SmartPLS</i> .	Hasil yang didapat membuktikan bahwa Dalam berbaginya pengetahuan dan kinerja kerja terdapat peran <i>social capital</i> untuk memediasinya.
3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Knowledge Sharing</i> Dalam Implementasi <i>E Learning</i> Upik Selly Meylasari & Ika Nurul Qamari (2017)	Sampel diambil menggunakan teknik <i>non probability sampling</i> dengan metode kuantitatif dan proses analisis data dengan regresi linier berganda.	Hasil akhir yang didapat dalam penelitian ini beberapa faktor seperti sikap dosen, motivasi berbagi, komunikasi, dan teknologi dapat mempengaruhi <i>knowledge sharing</i> dalam <i>e-learning</i> .
4	<i>Social capital and Knowledge Sharing performance of learning networks</i> Virginie marie lefebvre, douglas sorensen, Maeve Henchion, Xavier Gellynck (2016)	Dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pemodelan regresi struktural berganda dan persamaan struktural digunakan untuk menyelidiki antar-hubungan antara dimensi modal sosial dan berbagi pengetahuan dalam jaringan pembelajaran.	Hasil penelitian menunjukkan interaksi sosial dan modal sosial kognitif berhubungan positif dan signifikan untuk berbagi pengetahuan dalam jaringan pembelajaran. Interaksi sosial juga terbukti memainkan peran penting dalam pengembangan visi bersama dan bahasa bersama

Pada variabel sosial media indikator yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model dari UTAUT2. UTAUT2 merupakan suatu kerangka teori yang berasal dari gabungan teori *technology acceptance* yang dibentuk dengan tujuan untuk melihat seberapa minat dan perilaku pengguna dari suatu teknologi sehingga dapat menentukan faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya (Supriyanto, 2019). Dalam UTAUT2 terdapat beberapa faktor, seperti *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence*, *Facilitating conditions*, *Hedonic motivation*, *Price value*, *Habit*, *Behavioral intention*, dan *Use behavior*. Proses pengidentifikasian variabel menggunakan faktor dari UTAUT2 yaitu *use behavior*. Dalam UTAUT2 faktor *use behavior* dapat digunakan untuk melihat seberapa minatnya responden menggunakan sosial media.

b. Pengetahuan (*Knowledge*)

10

Knowledge Management

Knowledge management merupakan cabang ilmu yang secara sistematis mengumpulkan, mengorganisir, mengelola, dan memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki oleh suatu organisasi ataupun individu (Nonaka dan Takeuchi, 2009) yang mendefinisikan *knowledge management* sebagai suatu proses atau strategi yang bertujuan untuk menganalisis, mengelola, meningkatkan, dan berbagi keahlian bisnis. *Knowledge management* itu sendiri merupakan suatu proses pelestarian, pengembangan, pengungkitan, penerapan dan pemanfaatan aset intelektual yang diharapkan menjadi efektif untuk meningkatkan kinerja organisasi untuk mencapai targetnya. Konsep utama dari *knowledge management* adalah informasi atau pengetahuan yang dimiliki sangat berharga sebagai aset dalam suatu organisasi. Aset terpenting bukan lagi uang atau properti atau uang, melainkan aset terpenting saat ini adalah pengetahuan atau informasi dari kumpulan informasi ataupun pengetahuan.

management merupakan cabang atau pengetahuan dalam suatu organisasi (Sugeng, 2009) yang mendefinisikan *knowledge* ataupun strategi yang bertujuan

kan, meningkatkan, dan berbagi keahlian bisnis. *Management* itu sendiri merupakan suatu proses pe
pengungkitan, penerapan dan pemanfaatan aset i
g diharapkan menjadi efektif untuk meningkatkan
uk mencapai targetnya. Konsep utama dari *knowledge*
ormasi atau pengetahuan yang dimiliki sangatlah
dalam suatu organisasi. Aset terpenting bukan lagi
properti atau uang, melainkan aset terpenting saa
dari kumpulan informasi ataupun pengetahuan.

Marquardt, 1996) dalam *knowledge management* to
menciptakan pengetahuan (*Knowledge Creation*
Knowledge Aquisition), menyimpan dan mengam
torage and renewal), mengirimkan pengetahu
g) dan memanfaatkan pengetahuan (*knowledge uti*
s yang terdapat dalam *knowledge management* ini,
nowledge management, dengan alasan tanpa adanya
bahan pengetahuan akan terhambat dan skala pe
sehingga pengetahuan yang ada hanya dimanfaa
s *knowledge management* yang dimaksud adalah p

d. Knowledge Sharing

Dalam mengukur berjalan atau tidaknya *knowledge sharing*, terdapat alat ukur dan indikator yang telah dikembangkan oleh (Hooff, 2006) melalui bukunya yang berjudul “*Explaining Knowledge Sharing The Role of Team Communication Styles, Job Satisfaction, and Performance Beliefs*”.

Konsep dari *social capital* dapat digunakan dalam berbagai macam studi sosial, *management* dan pada tingkat analisis. *Social capital* dapat dianggap sebagai sumber daya yang didapat dari individu atau entitas sosial yang melalui jaringan sosial (G. Tyge Payne, Curt B. Moore, 2011). *Social capital* mencakup *attitudes, relationship, institutions*, dan *values* sebagai interaksi dan kontribusi antar orang terhadap pembangunan.

[illegible]

1. **Ikatan jaringan** (*network ties*) biasanya juga dapat disebut sebagai aliran informasi. Pentingnya aliran informasi karena jika aliran informasi berjalan dengan lancar, maka dapat mendorongnya perkembangan dari kegiatan yang berada dalam masyarakat. Jika aliran informasi yang tidak berjalan dengan lancar akan menjadikan ketidaktauan atau keragu-raguan sehingga tidak akan adanya kegiatan yang berjalan. Aliran informasi harus memiliki sifat dan ketentuan:

- Adanya *knowledge sharing* yang terjadi karena adanya *network ties* yang sedang berjalan. *Network ties* dapat meliputi dialog, komunikasi, dan proses interaksi yang terkait dengan *knowledge sharing*.

1. Dari kegiatan yang dilakukan dapat mengakses lebih banyak informasi yang didapatkan.
2. Dampak dari kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dapat memungkinkan untuk pengkoordinasian berjalannya kegiatan yang menjadikan kepentingan bersama.
3. Dapat menghilangkan atau setidaknya mengurangi kepentingan diri sendiri atau kepentingan pribadi (*opportunistic behavior*) yang melalui kegiatan atau aktivitas tersebut yang dilakukan berulang kali dalam jangka waktu panjang.

[illegible]

Proses kerja sama akan berhasil, jika adanya kepercayaan yang dibangun antar pihak yang memiliki tujuan yang sama. Maka dengan adanya kepercayaan, proses berbaginya informasi atau pengetahuan akan berjalan dengan lancar dan baik. Sehingga kepercayaan (*trust*) merupakan faktor yang penting atau krusial dalam proses berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*).

- Menurut (Putnam, 2000) menjelaskan bahwa norma-norma dalam *social capital* meliputi dari beberapa nilai, pemahaman, harapan, impian, dan tujuan yang diinginkan untuk berjalan sesuai dengan rencana awal oleh sekelompok orang. Dalam hal ini norma-norma yang memiliki standar akan di tetapkan sebagai kode etik atau etika.

f. *Structural Equation Modeling (SEM)*

[illegible]

Menurut (Tikasari, 2013) yang mengutip pendapat Singgih pengertian dari variabel manifes adalah sebuah variabel yang berfungsi dalam penjabaran variabel latennya. Dapat diartikan kumpulan dalam variabel manifes merupakan suatu variabel laten. Sedangkan definisi dari variabel laten ialah variabel yang secara langsung tidak bisa diukur. SEM terdiri dari 2 komponen dasar, yaitu:

Model struktural ialah sebuah model yang memperkirakan adanya hubungan yang terjadi antar variabel independen dan dependen.

b. Model Pengukuran

Keuntungan menggunakan SEM dalam analisa data meliputi:

- SEM mempunyai dua jenis, yang terdiri dari SEM berbasis kovarian, dan SEM berbasis varian. SEM berbasis kovarian merupakan model yang saling terhubung antar indikator yang saling berkorelasi satu dengan yang lain dalam satu model. Sedangkan definisi dari SEM berbasis varian ialah SEM menjadikan varian sebagai adanya proses iterasi yang tanpa adanya hubungan antar indikator yang saling berkorelasi dalam satu model.

Tabel 2.2 Perbandingan SEM

15

1. Jika variabel bebas dalam penelitian random, maka metode *bootstrapping* digunakan dengan meresampling data pada observasi yang dilakukan. Proses yang terdapat dalam perhitungan metode *bootstrapping* dalam *SmartPLS* adalah dengan kemungkinan dari pengambilan data sebanyak $1/n$ untuk jumlah sampel $(i) = 1, 2, \dots, n$ dan untuk sejumlah variabel $(j) = 1, 2, \dots, k$. Kemudian adanya proses resampling data dilakukan sebanyak B kali. Yang B dinyatakan cukup besar sehingga mendapatkan parameter n pangkat n sampel dan mendapatkan hasil yang kuat (*robust*).
2. Jika variabel bebas bernilai pasti maka metode *bootstrapping* dilakukan dengan meresampling hasil dari model pada sampel, dan diestimasi sebagai parameter model regresi sebanyak B kali.

Dalam pengujian inner model ini, juga mencari nilai dari *effect size*, *GoF* (*Goodness of Fit*), dan perhitungan t-tabel.

Dalam *SmartPLS* nilai dari *effect size* memiliki tujuan untuk mengetahui model hubungan variabel independen dan variabel dependen pada penelitian (Rosalinda, 2018). Pada *effect size* ini terdapat 3 pembagian kategori nilai dari *effect size* yaitu:

- ### b. *GoF (Goodness of Fit)*

18

dengan nilai *effect size*, pada nilai *GoF* juga memiliki 3 kategori pembagian nilai. *GoF* yaitu:

c. Perhitungan T-Tabel

c. Pengujian Hipotesis

Alasan menggunakan PLS untuk *tools* dalam proses analisis data dari penelitian ini adalah:

h. Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif didefinisikan sebagai suatu cara yang dilakukan dengan harapan dapat menyelesaikan permasalahan dengan menggunakan data yang berbentuk data statistik atau pun data dalam bentuk angka. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner *online* yaitu *google form* dalam proses pengambilan datanya.

Uji validitas merupakan salah satu langkah dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian, tujuan dilakukannya uji validitas agar menguji apakah instrumen yang digunakan pada penelitian ini sudah valid sesuai dengan ketentuannya. Dapat dikatakan sah ataupun valid jika instrumen penelitian (kuisisioner) dapat memperlihatkan hasil yang akan diukur oleh kuisisioner penelitian. Beberapa bukti yang digunakan dengan tujuan agar melihat apakah hasil dari instrumen penelitian tersebut valid atau tidaknya, yaitu dengan melihat model indikatornya.

1. Model Indikator Reflektif

```

graph LR
    A((Variabel laten)) --> B[X1]
    A --> C[X1]
    A --> D[X1]
  
```

[illegible]

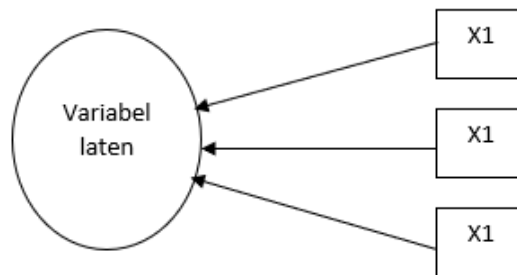
1. Memiliki hubungan dengan arah kausalitas yang arah panahnya dari variabel laten ke arah indikator.
2. Dalam indikator ini memiliki hubungan satu sama lain.
3. Dengan hilangnya salah satu indikator makna dari variabel latin tidak berubah.
4. Penghitungan kesalahan pada indikator.

a. Convergent Validity

b. Average Variance Extracted (AVE)

2. Model Indikator Formatif

[illegible]



Gambar 2.2 Model Indikator Formatif

Model indikator formatif memiliki ciri khusus agar dapat dibedakan, ciri yang dimiliki yaitu:

1. Memiliki hubungan dengan kausalitas arah dari indikator ke arah variabel laten.
2. Indikator satu dengan yang lainnya tidak memiliki hubungan satu dengan lainnya sehingga tidak diperlukan adanya uji konsistensi internal.
3. Jika salah satu indikator diubah atau dihilangkan maka akan mengubah makna variabel laten itu sendiri.
4. Penghitungan kesalahan terletak pada variabel laten.

Dalam proses pengujian validitas dengan menggunakan model indikator formatif, tentunya berbeda dengan model indikator reflektif itu sendiri. Ada ketentuan dan melihat dari suatu nilai agar variabel laten bernilai valid. Dalam indikator formatif nilai yang perlu diperhatikan agar mendapatkan validitas yaitu adalah nilai dari *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) merupakan nilai inflasi dari penyimpangan nilai baku kuadrat yang berada dalam *SmartPLS*. Dikarenakan indikator dalam variabel laten ini harus diuji multikolinieritasnya dengan menggunakan nilai *VIF*. Dalam proses pengujian menggunakan *SmartPLS* akan terlihat hasil dari pengujian *VIF*. Nilai yang ditetapkan jika variabel dengan indikator formatif bernilai valid yaitu jika nilai *VIF* < 10 .

j. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas didefinisikan sebagai usaha agar dapat mengetahui suatu instrumen yang digunakan dalam penelitian sudah bernilai reliabel. Jika hasil yang didapat konsisten dalam artian hasil yang didapat dari sekali penelitian tidak

$$pc = \frac{\sum xi^2}{\sum xi^2 + \sum var} \quad (2)$$
$$\Sigma \text{var} = \text{varian total}$$

2.5 Integrasi Keilmuan

Proses penyebaran informasi kepada orang lain sama halnya dengan kegiatan berdakwah, karena dengan berdakwah maka penyebaran informasi ke pada orang lain akan dapat terwujud. Dalam Al-Quran Surat An-Nahl 125 telah disinggung untuk adanya aktivitas berdakwah dengan cara yang baik.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

hidhai Allah SWT atau menjadikan pribadi yang lebih baik. Proses ber
a halnya dengan penyebaran informasi yang akan sangat bermanfaat.
dapat menyebarkan atau berbagi ilmu, informasi, ataupun pengetahuan
a halnya kita membantu urusan orang lain dan memudahkan urusan
aupun hanya sedikit informasi yang dapat dibagi bisa menjadi bantuan
g lain. Nabi Muhammad SAW bersabda,
“sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR.Bukhari).

“sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR.Bukhari).

Objek penelitian ini adalah generasi Z yang menggunakan sosial media di Indonesia. Dibawah ini diagram alur penelitian yang dilakukan.



a. Studi Literatur

b. Identifikasi Masalah

Setelah dilakukannya studi literatur, langkah selanjutnya yaitu pengidentifikasian masalah. Pada langkah ini dilakukannya pengidentifikasian hal-hal apa saja yang dianggap bisa menjadi bahan krusial dalam penelitian.

c. Pembuatan Kuisisioner

Dalam langkah pembuatan kuisioner ini merupakan langkah untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam pembuatan kuisioner berpacu dalam indikator dari penelitian terdahulu dan sumber-sumber lainnya. Instrumen dalam penelitian ini berupa kuisioner *online*, yaitu *google form*. Kuisioner dalam bentuk *google form* bertujuan agar lebih memudahkan mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam tahap pembuatan kuisioner penelitian juga dilakukannya uji validitas dan uji reliabilitas agar mengetahui valid atau tidaknya instrumen kuisioner yang dibuat. Skala yang digunakan adalah skala likert. Kuisioner dibuat menjadi 3 bagian, yaitu:

Bagian pertama kuisioner yang ditujukan untuk mendapatkan data proses *knowledge sharing* berjalan dengan baik atau tidak. Dalam kuisioner ini alat ukur yang digunakan ialah alat ukur (Hooff, 2006) melalui bukunya yang berjudul “*Explaining Knowledge Sharing The Role of Team Communication Styles, Job Satisfaction, and Performance Beliefs*”.

Tabel 3.1 Indikator Instrumen Hooff & Ridder (2004)

Faktor	Indikator	Item
Knowledge Sharing	1. Knowledge Donating	1. Ketika mempelajari sesuatu yang baru, maka rekan-rekan saya mengetahui tentang hal itu. 2. Berbagi informasi dengan rekan-rekan saya 3. Penting rekan saya mengetahui apa yang saya lakukan. 4. Saya secara teratur memberi tahu kolega saya apa yang saya lakukan.
	2. Knowledge Collecting	1. Ketika saya membutuhkan pengetahuan tertentu, saya bertanya kepada rekan.

Selanjutnya kerangka konseptual dalam penelitian ini juga melihat apakah penggunaan sosial media cenderung digunakan sebagai proses berbaginya informasi (*knowledge sharing*) yang dilakukan oleh generasi Z. jika hasil dari penggunaan sosial media untuk *knowledge sharing* yaitu signifikan. Melalui kuisioner juga akan dapat dilihat apakah variabel dari *social capital* mempengaruhi penggunaan sosial media untuk *knowledge sharing*.

Komunikasi yang efektif terjalin dengan adanya aliran informasi yang memiliki wadah atau perantara yang dapat membantu, seperti halnya sosial media yang dapat digunakan dalam pembentukan komunikasi efektif. Dengan bantuan sosial media, proses komunikasi dapat dilakukan dimana saja dan dalam waktu yang tidak ada batasnya. Menurut (Smith, 2009) menyatakan bahwa dengan bantuan sosial media akan memudahkan anggotanya untuk berkontribusi dengan mudah tanpa ada batasan tempat atau waktu yang berbeda sehingga para anggota dapat berinteraksi dengan mudah. Pendapat tersebut juga didukung oleh (H. Rheingold, 2004) yang menyatakan pendapat komunikasi yang dilakukan secara online yang menggunakan teks dapat mendukung emosional terhadap anggotanya. Sehingga dalam penggunaan sosial media akan sangat membantu dalam menguatkan hubungan antar anggotanya. Sehingga dapat ditarik hipotesis dalam penelitian ini adalah:

32

b. Sosial Media dan *Knowledge Sharing*

Dalam proses berbagainya informasi (*knowledge sharing*) pemanfaatan sosial media menjadi faktor penting dikarenakan melalui sosial media menjadi sarana untuk memberikan bagaimana gambaran dari pemanfaatan sosial media yang digunakan sehingga informasi yang disebarikan melalui sosial media dapat membantu dalam proses penyebaran informasi (*knowledge sharing*). Menurut (Assegaff, 2017) melalui sosial media dapat menimbulkan rasa kepuasan dalam proses berbagainya informasi (*knowledge sharing*) sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka. Teknologi dapat diartikan sebagai salah satu elemen dalam proses penyebaran informasi, yang dibutuhkan dapat proses *knowledge sharing* dengan bantuan internet, pernyataan tersebut dinyatakan oleh kokasi. Sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2 : sosial media mempengaruhi *knowledge sharing*.

c. *Social Capital, Knowledge Sharing* dan Sosial Media

Social capital merupakan konsep dengan mengkaitkan nilai jaringan sosial. Menurut (Rahman et al., 2017) *social capital* dianggap penting dalam organisasi dikarenakan akan memudahkan mengakses informasi anggota dan akan menjadi media pembagian tanggung jawab dalam organisasi juga sebagai pengembang solidaritas dalam pencapaian bersama. Sama halnya dengan organisasi, dalam pendidikan, sosial media ikut berperan dalam pertumbuhan pembelajaran yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial, partisipasi aktif dan komunikasi juga diskusi secara *online*. Oleh karena itu dalam penggunaan sosial media juga berguna sebagai alat untuk peningkatan jaringan dan sebagai alat atau media pengumpulan informasi. Sehingga pada penelitian ini, ditariklah kesimpulan sebagai berikut:

H3 : *social capital* mempengaruhi *knowledge sharing* melalui sosial media

BAB IV

4.1 Kondisi Terkini Generasi Z

Saat ini Generasi Z menjadi fokus tersendiri, dikarenakan pada generasi ini dianggap menjadi penggerak bangsa. Generasi Z yang lahir ketika berkembangnya era *World Wide Web (www)* sehingga generasi Z dikenal dengan sebutan *i-generation (internet generation)*. Alasan lainnya generasi Z dikenal dengan *i-generation* dikarenakan kebiasaan keseharian yang melekat pada mereka yang tidak luput dari sentuhan *gadget* setiap waktu, dan lebih mendominasi melakukan komunikasi dalam sosial media. Pengertian dari generasi z ialah generasi yang lahir dalam rentang tahun kelahiran pada 1995 – 2010. Mereka yang tergolong generasi z lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan internet dengan bermacam-macam tujuannya. Menurut (Rastati, 2018) yang mengutip *Grail Research* menyatakan bahwa ada generasi Z memiliki karakter yang tidak dimiliki oleh generasi sebelumnya, yaitu generasi Z yang berkarakter lebih menggemari teknologi, toleran terhadap perbedaan budaya, dan memiliki tingkat kecerdasan lebih tinggi. Secara global mereka dapat terhubung melalui jejaring sosial.

Generasi Z menggunakan sosial media dengan tujuan agar dapat terhubung dengan berbagai orang dimanapun dan kapanpun. Berdasarkan *Parent Survey* (Sladek & Grabinger, 2016) menyatakan bahwa sebanyak 34% generasi Z memiliki hubungan dengan berbagai orang diseluruh kota lain dan sebanyak 13% generasi Z memiliki kenalan di negara yang berbeda. Pada hasil survei, generasi Z melakukan kegiatan saling bertukar pesan, informasi, foto, dan bahkan video. Mereka melakukan itu dengan tujuan untuk penyampaian pesan di berbagai situasi yang terjadi kepada seluruh dunia. Dalam sudut pandang generasi Z yang menggunakan sosial media sebagai tempat atau wadah untuk membuat dan mengembangkan kreatifitas tertentu mereka.

4.2 Proses Analisis

Pada proses analisis dalam penelitian ini terdapat beberapa langkah. Proses analisis yang dibantu dengan *SmartPLS*. Adapun langkah-langkah dalam proses analisis pada *SmartPLS*, yaitu :

1. Pengujian *Outer Model*

Pengujian *outer* model merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi nilai dari variabel pada penelitian. Dalam penelitian ini memiliki 2 jenis indikator, yaitu variabel indikator formatif dan variabel indikator reflektif.

- d. Variabel indikator formatif merupakan variabel yang dapat menyebabkan adanya variabel laten (Pranoto, 2019). Dalam penelitian ini *social capital* termasuk dalam kategori variabel dengan indikator formatif. Dalam variabel indikator formatif yang diperlu diperhatikan adalah nilai dari *outer weight* dan *collinearity statistic* (VIF). Nilai dari *outer weight* diperlukan sebagai pembanding indikator yang memiliki kontribusi besar dalam variabel. Dalam indikator formatif dapat digunakan apabila hubungan formatif tidak terjadinya multikolinearitas yang tinggi pada indikator yang digunakan. Maka dari itu nilai dari VIF dalam indikator formatif harus < 10 agar dapat digunakan.
- e. Variabel indikator reflektif merupakan variabel yang merefleksikan dari variabel laten itu sendiri (Pranoto, 2019). Dalam penelitian ini variabel indikator reflektif yaitu sosial media dan *knowledge sharing*. Dalam variabel indikator reflektif dapat dikatakan valid jika nilai dari *outer loading* $> 0,7$ dan memiliki nilai rata-rata varians diekstrak (AVE) sebesar $> 0,7$. Pada variabel indikator reflektif dapat bernilai reliabel jika nilai dari *composite reliability* $> 0,7$.

2. Pengujian *Inner Model*

Pada pengujian inner model ini menggunakan metode *bootstrapping* yang berada dalam *SmartPLS*. Dalam metode *bootstrapping* akan terlihat nilai dari hasil dari T-Statistik yang dapat digunakan dalam proses pengujian hipotesis. Dalam pengujian inner model ini, juga mencari nilai dari *effect size* dari variabel, sehingga akan terlihat sebesar besar *effect* dari variabel tersebut. Pada *effect size* terdapat 3 kategori, yaitu:

1. Nilai 0,02 yang berarti lemah
2. Nilai 0,15 yang berarti medium
3. Nilai 0,35 yang berarti kuat.

1. Nilai 0,1 yang berarti rendah
2. Nilai 0,25 yang berarti medium
3. Nilai 0,38 yang berarti tinggi

Dalam perhitungan T-Tabel juga dapat berfungsi sebagai pembanding dalam proses uji hipotesis. Dalam perhitungan T-Tabel yang diperhatikan adalah nilai dari *df* (*degree of freedom*). Nilai *df* didapat dari N dikurang 2. Nilai N merupakan definisi dari jumlah sampel. Kemudian yang diperhatikan selanjutnya adalah nilai dari toleransi *error* (α).

Dalam proses ini digunakan untuk mengetahui adanya hubungan yang signifikan antar variabel penelitian. Dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan apabila memiliki nilai T-Statistik > T-Tabel.

Penelitian yang dilakukan pada generasi Z yang aktif menggunakan sosial media untuk melakukan kegiatan *knowledge sharing* antar individu ataupun kelompok. Penyebaran kuisioner kepada responden dengan teknik *simple random sampling* pada generasi Z agar mendapatkan data yang dibutuhkan. Dengan penentuan sampel menggunakan tabel issac & michael mendapatkan minimal sampel yang harus didapatkan sebanyak 349 responden. Bentuk kuisioner yang digunakan adalah *google form*.

[illegible]

Gambar 4.1 Kuisisioner *Google Form*

Setelah mendapatkan hasil dari kuisioner, langkah selanjutnya adapula pengolahan data yang dilakukan pada *microsoft excel*. Data yang didapat kemudian disalin di *microsoft excel*. Dalam langkah ini dilakukan untuk mendapatkan data yang akan diproses di *SmartPLS* untuk proses validasi dan reliabilitas. Proses pengolahan data yang dilakukan di *microsoft excel* yaitu dengan menggunakan nilai rata-rata dari item pertanyaan per indikator dari variabel latennya.

Tabel 4.3 Pengujian Validitas Kuisisioner *Knowledge Sharing*

Indikator	<i>Loading</i>	Keterangan
<i>Knowledge Donating</i>	0,949	Valid
<i>Knowledge Creating</i>	0,781	Valid

Pada **Tabel 4.3** indikator yang dimiliki variabel *knowledge sharing* dapat menjelaskan variabel sosial media. Pada pengujian ini memiliki nilai reliabilitas komposit 0,859 dan nilai rata-rata varians diekstrak (AVE) sebesar 0,755 yang dapat diartikan setiap indikator yang ditentukan dapat diandalkan dan memiliki konsistensi yang tinggi sehingga dapat menjelaskan variabel laten *knowledge sharing*.

Setelah mengetahui hasil pengujian kuisisioner sudah valid dan reliabel, maka langkah selanjutnya menyebarkan kuisisioner dengan tujuan untuk mendapatkan data untuk penelitian ini.

4.4 Data Penelitian

Pada proses penyebaran kuisisioner yang dilakukan pada generasi Z untuk mendapatkan data penelitian, responden dalam pengambilan data ini sebanyak 363 responden yang telah mengisi kuisisioner penelitian. Jumlah responden tersebut terlepas dari responden pada uji validitas reabilitas kuisisioner. Dengan artian dilakukannya proses pengambilan data ulang dengan sebanyak 363 responden baru untuk mengumpulkan data yang akan dianalisis. Pengambilan. Terdapat beberapa macam responden.

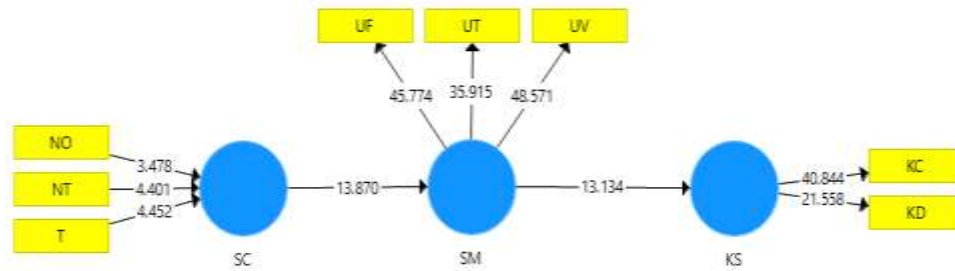
Tabel 4.4 Daftar Jumlah Responden

Keterangan	Jumlah
11 tahun	3 orang
14 tahun	1 orang
15 tahun	2 orang
16 tahun	3 orang
17 tahun	7 orang
18 tahun	21 orang
19 tahun	29 orang
20 tahun	64 orang

Kemudian dari kuisioner data -data hasil dari responden dianalisis menggunakan *SmartPLS*. Dalam proses analisis terdapat beberapa langkah proses analisis pada *SmartPLS*, berikut beberapa langkah yang dilakukan dalam proses analisis:

4.5.2 Pengujian *Inner Model*

Pada pengujian *inner model* dilakukan agar dapat mengetahui apakah ada keterkaitan antara hubungan variabel laten dalam model. Pada proses analisis ini menggunakan metode perhitungan *Bootstrapping* yang berada dalam *SmartPLS* dengan tujuan untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara variabel laten. Berikut hasil uji dengan perhitungan *Bootstrapping*.



Gambar 4.7 Perhitungan *Bootstrapping*

Hasil dari perhitungan metode *bootstrapping* akan dipaparkan melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.8 Nilai Proses *Bootstrapping*

Jalur	Sampel Asli	Rata-Rata Sampel	Standar Deviasi (STDEV)	T-statistik	P values
<i>Social Capital</i> → Sosial Media	0,602	0,608	0,043	13,870	0,000
Sosial Media → <i>Knowledge Sharing</i>	0,567	0,567	0,043	13,134	0,000
<i>Social Capital</i> → <i>Knowledge Sharing</i>	0,342	0,346	0,046	7,445	0,000

Seperti hasil yang terdapat pada **Tabel 4.8** yang diperoleh dari proses *bootstrapping* dilakukan pada *SmartPLS* dengan tujuan untuk menghasilkan nilai dari t-statistik yang akan digunakan untuk proses pengujian hipotesis. Pada proses

pengujian hipotesis nilai yang diperlukan adalah nilai t-statistik dan nilai dari t-tabel untuk melihat apakah adanya pengaruh yang terjadi. Dalam penelitian ini, nilai dari t-statistik yang didapat adalah:

Tabel 4.9 Nilai T-Statistik

Variabel	T-Statistik
<i>Social Capital</i> → Sosial Media	13,870
Sosial Media → <i>Knowledge Sharing</i>	13,134
<i>Social Capital</i> → <i>Knowledge Sharing</i>	7,445

Pada penelitian ini variabel *social capital* terhadap *knowledge sharing* melalui sosial media memiliki efek tidak langsung secara spesifik memiliki nilai



Gambar 4.8 Efek Tidak Lansung Spesifik

Setelah mendapatkan hasil dari perhitungan dengan metode *Bootstrapping*, langkah selanjutnya dalam pengujian inner model mengetahui nilai dari *effect size* dan nilai *GoF (Goodness of Fit)*.

4.5.2.1 Effect Size

Dalam *SmartPLS* nilai dari *effect size* bertujuan untuk mengetahui model hubungan variabel independen dan variabel dependen pada penelitian. Pada *effect size* ini terdapat 3 pembagian kategori nilai dari *effect size* yaitu:

1. Nilai 0,02 yang berarti lemah
2. Nilai 0,15 yang berarti medium
3. Nilai 0,35 yang berarti kuat

Penelitian ini didapatkan hasil dari *effect size* sebagai berikut:

Tabel 4.10 *Effect Size*

Variabel	<i>Effect Size</i>
<i>Social capital</i> → sosial media	0,569
Sosial media → <i>knowledge sharing</i>	0,474

Selain dipaparkan dalam **Tabel 4.10**, perhitungan *effect size* juga paparkan dalam Gambar diagram batang yang disajikan pada hasil dari proses *SmartPLS* dibawah ini :



Gambar 4.9 Diagram Batang *Effect Size*

Berdasarkan **Tabel 4.10** hasil dari *effect size* yang dihasilkan bahwa variabel *social capital* terhadap sosial media memiliki nilai *effect size* sebesar 0,569. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang dihasilkan dari hubungan yang terjadi antara variabel *social capital* dan sosial media tergolong kuat karena memiliki nilai yang lebih besar dari 0,35.

Kemudian hasil yang didapat selanjutnya adalah nilai *effect size* yang terjadi antara variabel sosial media terhadap *knowledge sharing*. Pada Tabel 4.9 hasil dari nilai *effect size* yang dihasilkan sebesar 0,474. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh yang dihasilkan dari hubungan variabel sosial media dan *knowledge sharing* tergolong kuat dikarenakan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,35. Dalam pengujian *inner model* ini juga terdapat pengujian nilai dari *Goodness of Fit (GoF)*

4.5.2.2 Goodness of Fit (GoF)

Dalam *SmartPLS* pencarian nilai *Goodness of Fit (GoF)* bertujuan agar dapat melihat nilai validasi dari variabel dependen dan independen pada *inner model* dan *outer model*. Pada penelitian ini variabel yang diuji adalah variabel sosial media dan *knowledge sharing*. Alasan hanya variabel sosial media dan *knowledge sharing* saja yang diuji karena hanya dua variabel tersebut yang memiliki nilai AVE dikarenakan kedua variabel tersebut termasuk kedalam indikator reflektif, sedangkan variabel *social capital* yang tidak memiliki nilai AVE dikarenakan termasuk kedalam indikator formatif. Sama halnya dengan *effect size*, dalam *Goodness of Fit GoF* ini juga memiliki 3 kategori dari penilaian.

1. Nilai 0,1 yang berarti rendah
2. Nilai 0,25 yang berarti medium
3. Nilai 0,38 yang berarti tinggi

Pencarian nilai *GoF* yang dilakukan dengan cara manual menggunakan rumus sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R Square} \quad (3)$$

Dengan rumus tersebut, maka nilai *GoF* pada variabel sosial media adalah

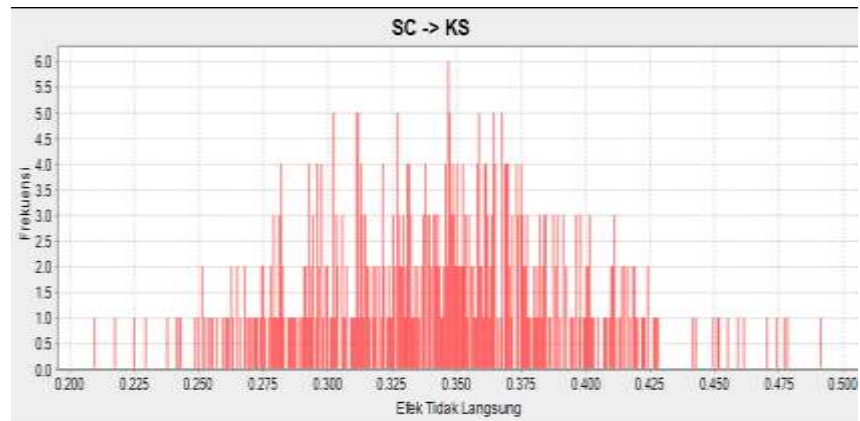
$$\begin{aligned} GoF &= \sqrt{AVE \times R \text{ Square}} \\ &= \sqrt{0,717 \times 0,363} \\ &= 0,51 \end{aligned}$$

Dari hasil yang diperoleh melalui perhitungan menggunakan rumus manual, nilai *GoF* yang didapatkan oleh variabel sosial media sebesar 0,51 yang berarti variabel sosial media termasuk ke dalam kategori tinggi.

Selanjutnya nilai *GoF* dari variabel *knowledge sharing*

$$GoF = \sqrt{AVE \times R \text{ Square}}$$

$$= \sqrt{0,705 \times 0,322}$$

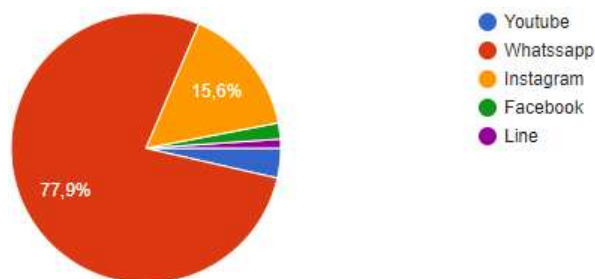


Gambar 4.12 Grafik Histogram *Social Capital* → *Knowledge Sharing*

Berdasarkan hasil yang didapat gambaran dari grafik histogram pada **Gambar 4.12** yang tersedia pada proses analisis dalam *SmartPLS* menunjukkan bahwa nilai dari distribusi ini memiliki nilai yang simetris dilihat dari grafik yang nilai distribusinya berada dalam posisi tengah. Sehingga memiliki nilai distribusi yang normal.

4.5.5 Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil dari kuisioner yang didapatkan bahwa sosial media yang lebih sering digunakan oleh generasi Z dalam proses berbagainya informasi ataupun pengetahuan (*knowledge sharing*) adalah sosial media *Whatsapps* dengan presentase sebesar 77, 9%, kemudian *Instagram* yang memiliki presentase 15,6%, dan selanjutnya *Youtube* dengan presentase 3,5% , sosial media yang menempati posisi ke empat adalah *Facebook* yang memiliki presentase sebesar 1,9% , dan sosial media *Line* dengan memiliki presentase sebesar 1,1%. Berikut diagram pemakaian sosial media pada generasi Z:

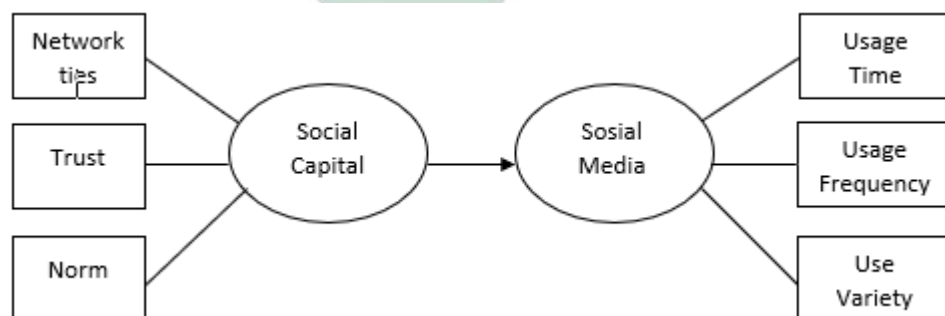


Gambar 4.13 Diagram Pemakaian Sosial Media

Hasil penelitian ini didukung (Rahartri, 2019) menyatakan bahwa *whatsapp* merupakan sarana komunikasi yang paling sering digunakan dalam

Hasil selanjutnya dari proses analisis ini dengan menggunakan data yang didapatkan dari hasil dari kuisioner mendapatkan hasil yang dapat menjadi jawaban dari hipotesis dari penelitian ini:

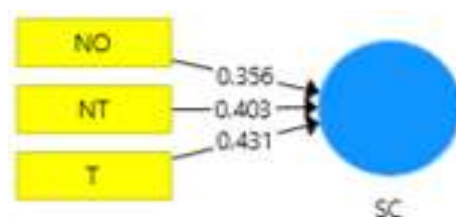
Berdasarkan proses analisis yang telah dilakukan dengan bantuan *SmartPLS* memperoleh temuan variabel *social capital* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan sosial media. Hasil tersebut didapatkan dengan membandingkan nilai yang didapatkan dalam proses pengujian hipotesis. Pada variabel *social capital* terhadap sosial media mendapatkan nilai t-statistik sebesar 13,870 dan memiliki nilai dari t-tabel yang didapatkan melalui proses perhitungan t-tabel sebesar 1,649 yang berarti variabel *social capital* terhadap sosial media memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan nilai t-statistik > t-tabel yaitu $13,870 > 1,649$. Berikut dibawah ini gambar hubungan antara *social capital* dengan sosial media:



Hasil yang diperoleh ini setara dengan pernyataan dari (Imam Malik, 2019) yang menyatakan *social capital* dapat menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan masyarakat saat ini. Karena dengan adanya *social*

Penilaian variabel dapat dilihat dari masing-masing nilai indikatornya:

a. Pada variabel *social capital* yang memiliki 3 indikator yaitu *network ties*, *trust*, dan *norm* memiliki nilai pengaruh yang berbeda dalam variabelnya. Karena *social capital* termasuk kedalam indikator formatif maka penilaian pengaruh masing-masing indikator dilihat dari nilai *weight* sebagai pembanding nilai pengaruhnya, nilai *weight* yang didapatkan dari hasil perhitungan pada *SmartPLS* yang hasilnya dipaparkan dalam **Tabel 4.5**. Dalam variabel *social capital* indikator yang memiliki pengaruh lebih besar adalah *trust* yang mendapatkan nilai *weight* sebesar 0,431 kemudian *network ties* yang memiliki nilai *weight* sebesar 0,403 dan yang terakhir *norm* yang memiliki nilai *weight* sebesar 0,356. Pada **Gambar 4.15** berikut adalah nilai *weight* yang dihasilkan pada *smartpls* untuk masing-masing indikator variabel *social capital* (SC) yaitu *network ties* (NT), *trust* (T), dan *norm* (NO).




```

graph LR
    KS((0.322)) -- 0.869 --> KC[KC]
    KS -- 0.809 --> KD[KD]
  
```

Gambar 4.18 Nilai *Loading Factor*

57

10.12695/jmt.2017.16.3.4

7). Model Peningkatan Knowledge Sharing Berbasis Organisasi Terhadap Kinerja Agency. 18(2), 174-182.

(2014). Peranan Modal Sosial dalam Aktivitas Berbasis Pengguna Blog. 1-17. <http://journal.unair.ac.id/index.php/0fc64f22full.pdf>

P. A., & Susilowati, E. (2017). Analisis strategi implementasi sistem ukm “xyz”). Perusahaan Studi Manajemen, 2(2), 1-10.

Douglas R. Vogel, X. G. (2012). Understanding the workplace: An integration of media synchronization. Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 3938-3947. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2012.6230481>

- 10.12695/jmt.2017.16.3.4
- 7). Model Peningkatan Knowledge Sharing Berbasis Organisasi Terhadap Kinerja Agency. 18(2), 174-182.
- (2014). Peranan Modal Sosial dalam Aktivitas Berbasis Pengguna Blog. 1-17. <http://journal.unair.ac.id/index.php/0fc64f22full.pdf>
- P. A., & Susilowati, E. (2017). Analisis strategi implementasi sistem ukm “xyz”). Perusahaan Studi Manajemen, 2(2), 1-10.
- Douglas R. Vogel, X. G. (2012). Understanding the workplace: An integration of media synchronization. Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 3938-3947. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2012.6230481>

